

Digital (Online) marketing

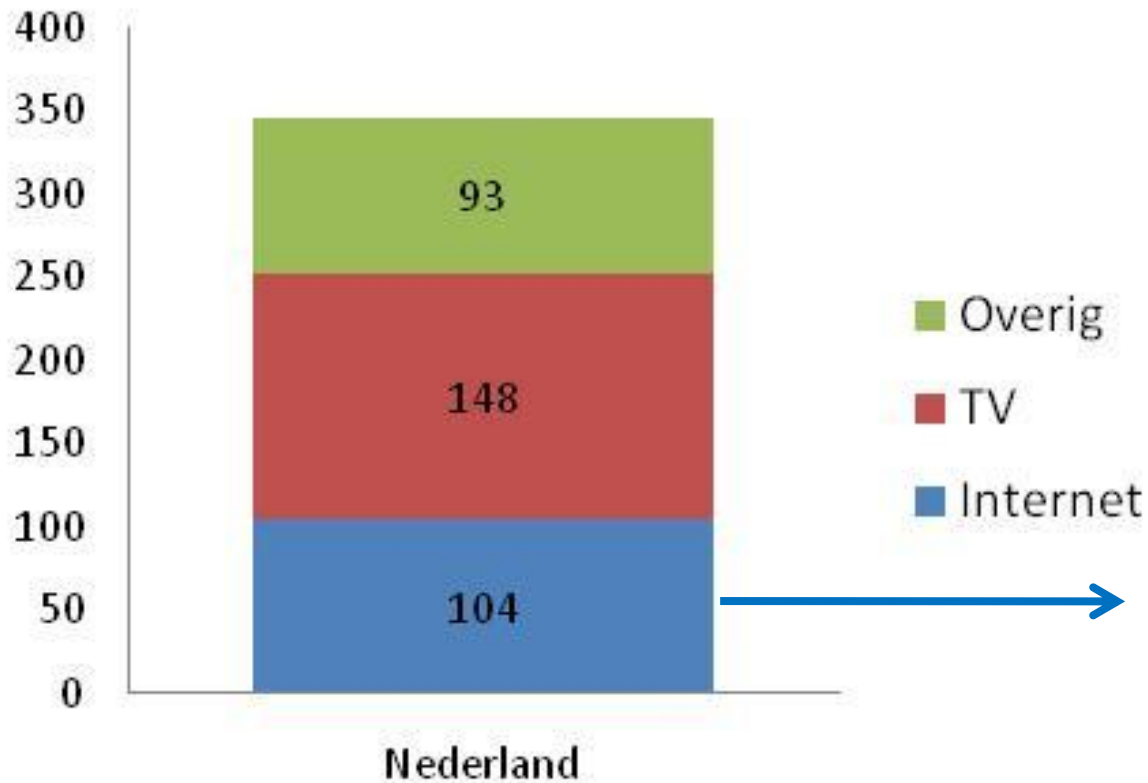
Algemene feiten over internet gebruik

Internet Usage in Europe					
EUROPE	Population (2010 Est.)	Internet Users, Latest Data	Penetration (% Population)	User Growth (2000-2010)	% Users Europe
Albania	2,986,952	1,300,000	43.5 %	51,900.0 %	0.3 %
Andorra	84,525	67,200	79.5 %	1,244.0 %	0.0 %
Austria	8,214,160	6,143,600	74.8 %	192.6 %	1.3 %
Belarus	9,612,632	4,436,800	46.2 %	2,364.9 %	0.9 %
Belgium	10,423,493	8,113,200	77.8 %	305.7 %	1.7 %
Bosnia-Herzegovina	4,621,598	1,441,000	31.2 %	20,485.7 %	0.3 %
Bulgaria	7,148,785	3,395,000	47.5 %	689.5 %	0.7 %
Croatia	4,486,881	2,244,400	50.0 %	1,022.2 %	0.5 %
Cyprus	1,102,677	433,800	39.3 %	261.5 %	0.1 %
Czech Republic	10,201,707	6,680,800	65.5 %	568.1 %	1.4 %
Denmark	5,515,575	4,750,500	86.1 %	143.6 %	1.0 %
Estonia	1,291,170	969,700	75.1 %	164.5 %	0.2 %
Faroe Islands	49,057	37,500	76.4 %	1,150.0 %	0.0 %
Finland	5,255,695	4,480,900	85.3 %	132.5 %	0.9 %
France	64,768,389	44,625,300	68.9 %	425.0 %	9.4 %
Germany	82,282,988	65,123,800	79.1 %	171.3 %	13.7 %
Netherlands	16,783,092	14,872,200	88.6 %	281.3 %	3.1 %
Norway	4,676,305	4,431,100	94.8 %	101.4 %	0.9 %
Poland	38,463,689	22,450,600	58.4 %	701.8 %	4.7 %
Portugal	10,735,765	5,168,800	48.1 %	106.8 %	1.1 %
Romania	21,959,278	7,786,700	35.5 %	873.3 %	1.6 %
Russia	139,390,205	59,700,000	42.8 %	1,825.8 %	12.6 %
San Marino	31,477	17,000	54.0 %	580.0 %	0.0 %
Serbia	7,344,847	4,107,000	55.9 %	926.8 %	0.9 %
Slovakia	5,470,306	4,063,600	74.3 %	525.2 %	0.9 %
Slovenia	2,003,136	1,298,500	64.8 %	332.8 %	0.3 %
Spain	46,505,963	29,093,984	62.6 %	440.0 %	6.1 %
Italy	58,090,681	30,026,400	51.7 %	127.5 %	6.3 %

41% breedband

Tijd besteed aan internet

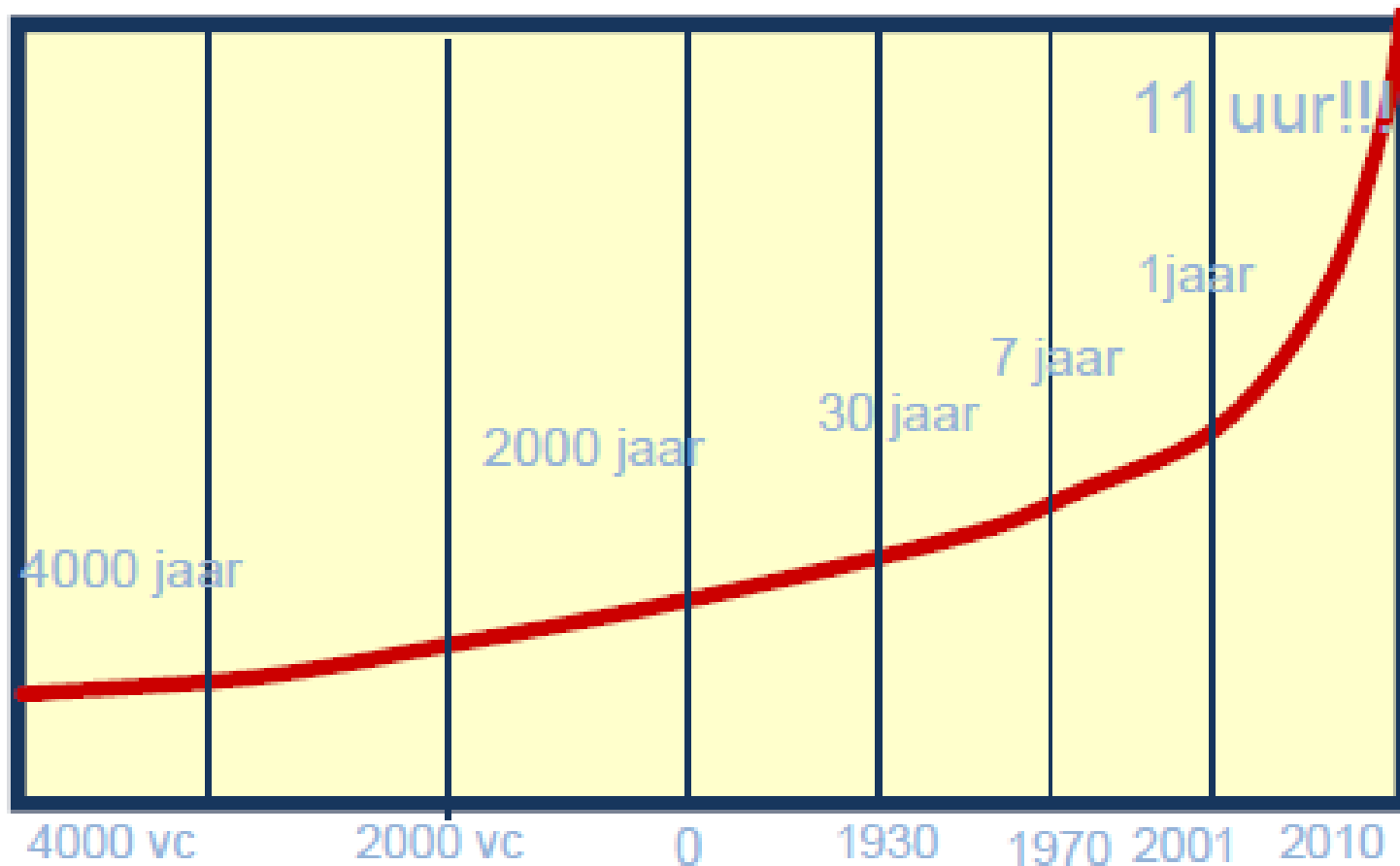
Media minuten per dag



Hiervan:

- 36% email
- 29% surfen
- 13% gamen
- 10% radio
- 12% social media
- 7% video

Informatie snelheid verdubbeling



Nick Bontis

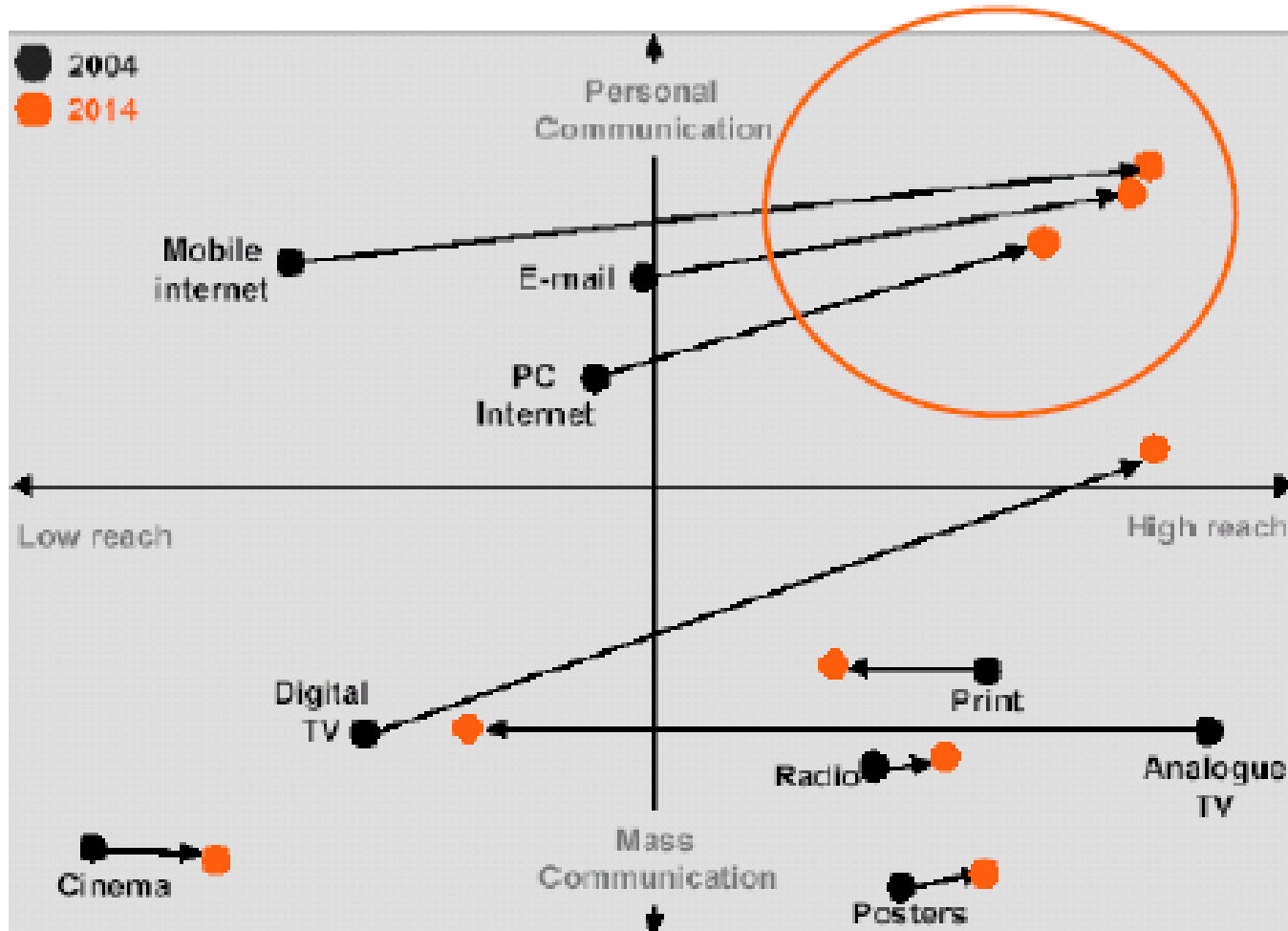
Definitie Digital Marketing

Digital Marketing is de discipline waarmee de marketing-doelstellingen van een onderneming worden gerealiseerd via online en interactive media, kanalen en concepten.

Digital Marketing is gericht op realisatie van klantkennis en waarde van de klant. Het uitgangspunt daarbij is het bouwen van een duurzame relatie met (potentiële) klanten door in dialoog met hen te zijn.

(http://www.marketingfacts.nl/berichten/wat_is_nu_precies_digital_marketing_een_wiki_definitie/)

Media verdwijnen niet, maar....



Consument is in charge



Porter over internet

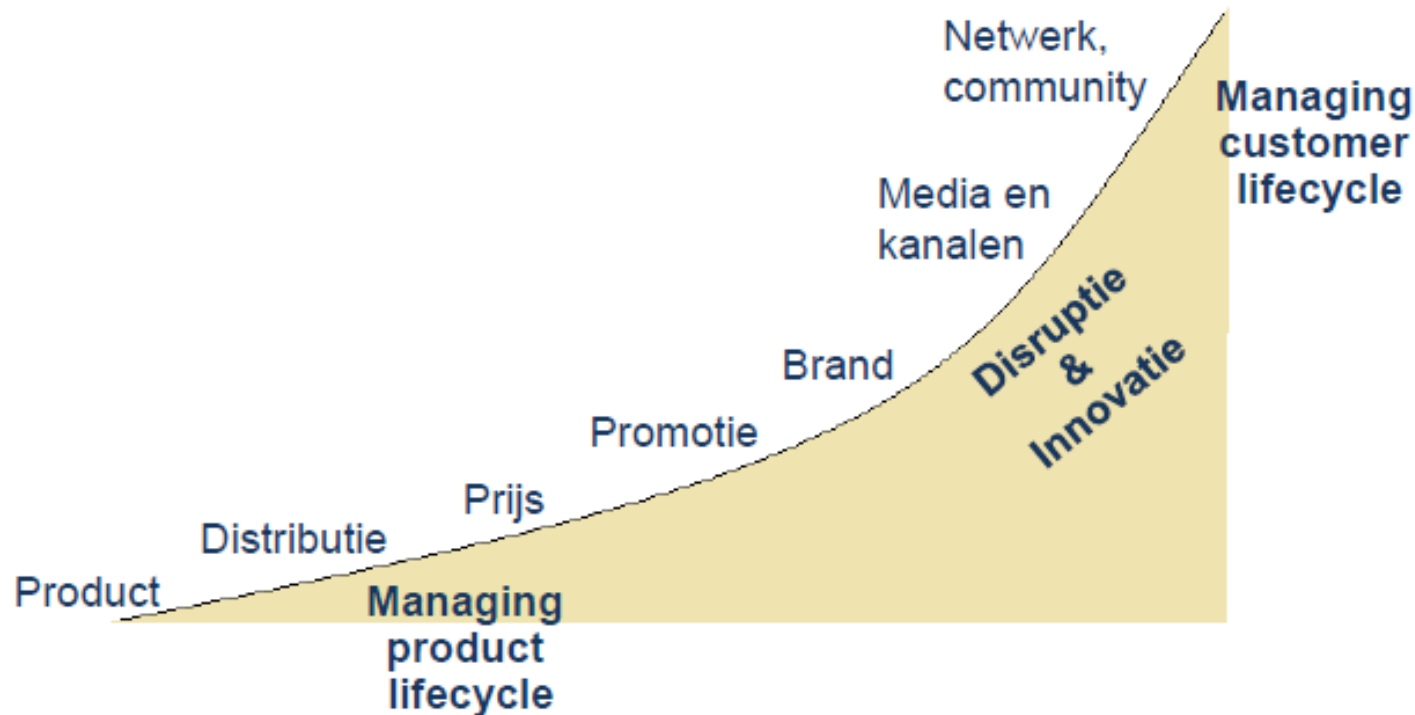
'The key question is not whether to deploy Internet technology - companies have no choice if they want to stay competitive - but how to deploy it.'

Porter, M. (2001) Strategy and the Internet, *Harvard Business Review*, March 2001, 62-78.

If your current approach of digital marketing consists of a website, a few banner advertisements, and a budget for Search Engine Optimization (SEO), you are not really taking the customer seriously. It is time to rethink your strategic vision.

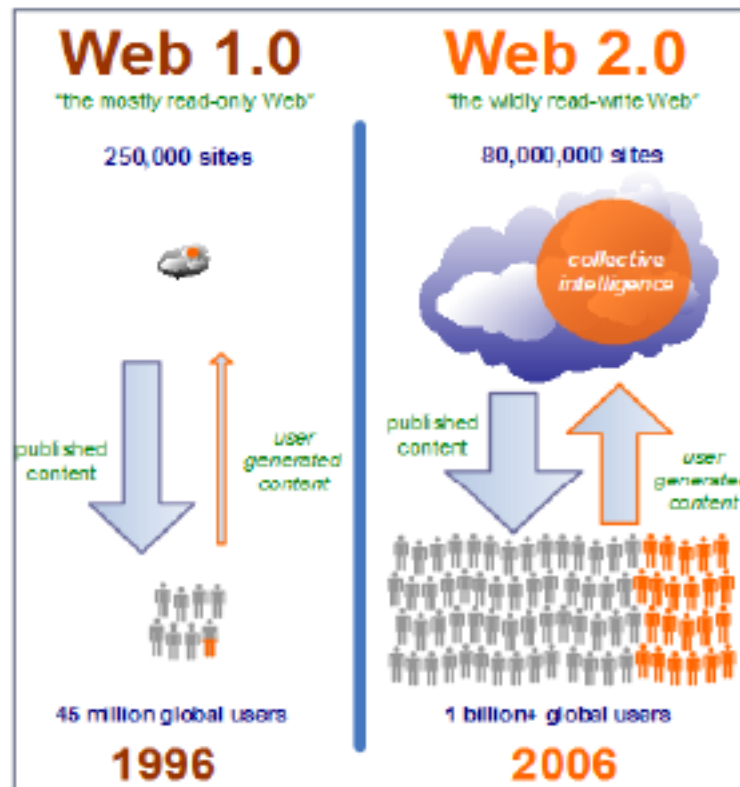
Godfrey Parkin

Differentiatie naar uiteindelijke klanten dialoog

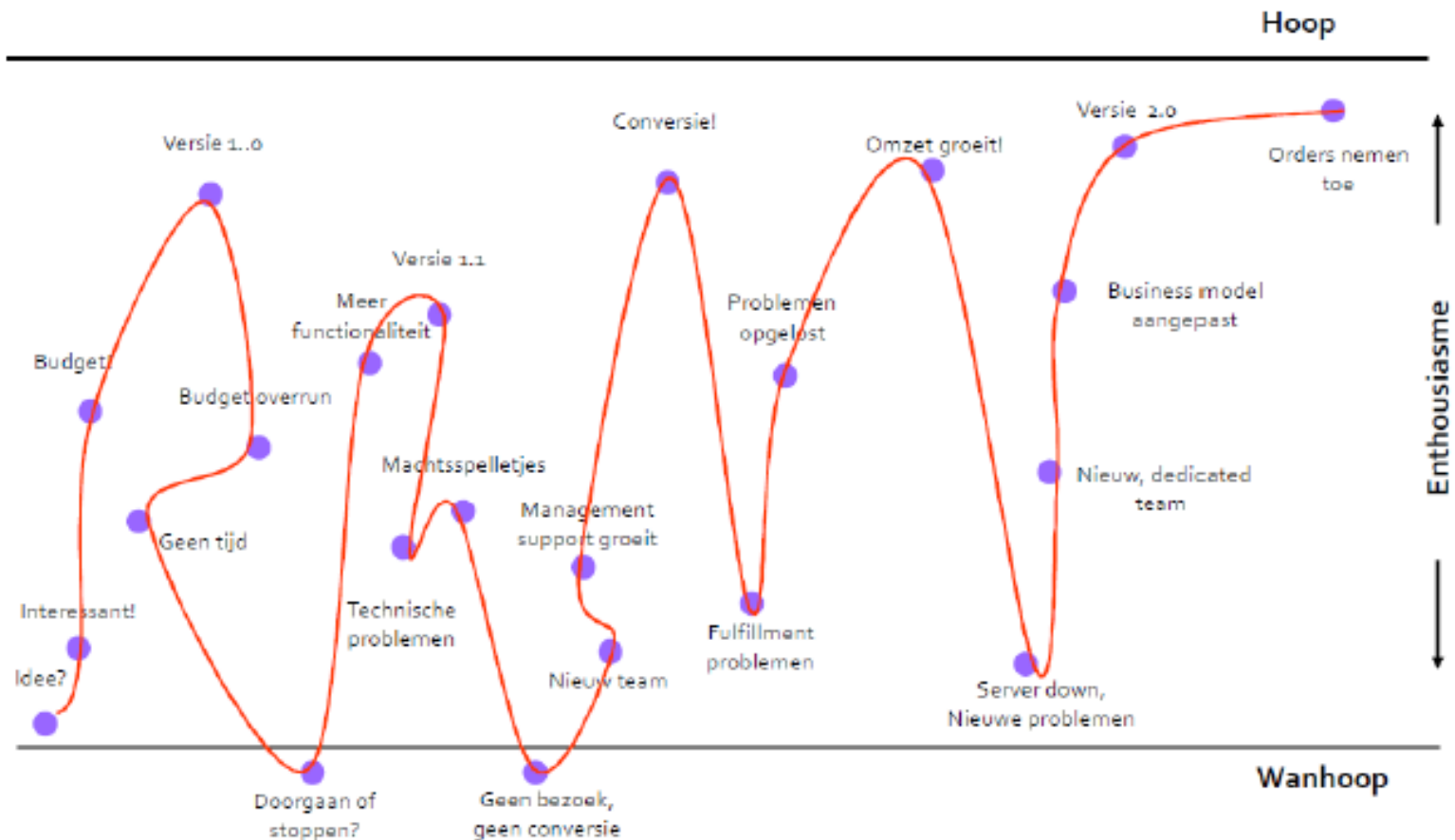


Web 2.0 is de nieuwe norm

Web 2.0 > user generated content



Verdere professionalisering bij de bedrijven



Waar staat het internet nu?



De online media mix

Type	Wat	Bijvoorbeeld	Exposure	Branding	Sales	Engagement
1. E-mail marketing	E-mailing naar geïnteresseerden	Nieuwsbrief, verkoop brief met aanbod	-	+	+	+ / -
2. Zoekmachine marketing: - SEO(optimization) - SEA(advertising) - Google AdSense	Google heeft 96% m.a. in NL - zelf opgeven van keywords - adwords inkopen - adwords inkopen die getoond bij relevante websites		+	-	+	-
3. Viral marketing	Fluisteren met sneeuwbaaleffect	Tell a friend, e- card,	+ / -	+	+ / -	+
4. Affiliate marketing	Stimuleren verkoop via wederverkopers	Affiliate ontvangt per lead/sale	-	-	+	-
5. Online advertising	Advertentie op andere websites	Banners, layers,	+	+ / -	-	+ / -
6. Mobile marketing	Marketing inzetten bij draadloze toepassingen zoals smartphone	Bijenkorf QR , layar	+	+ / -	+	+ / -
7. Social Media	Bloggen (social networking), wikis (collaboratie), microblog	Hyves, LinkedIn, Twitter, Facebook	+ / -	+ / -	-	+
8. Online Video Advertising	Adverteren op websites met video's	Pre-roll; Youtube ; virale video's in-banner video ; overlay	+	+	-	+
9. Microsites	Losstaand van de hoofdsite, zijn concreet, tijdelijk, goed meetbaar, landingspagina	Actie site (b.v. de ML refund site)	+ / -	+	+	-

Hoe pak je het aan?

1. Formuleren Visie en Missie
2. Formuleren Doelstellingen
3. Analyse maken van Online speelveld
4. Maken van een SWOT + confrontatiematrix
5. Bepalen van Key Issues & Opportuniteiten en Overall visie
6. Maken van Online Visie en Missie
7. Bepalen Strategy Map
8. Maken van een Internet Score Card
9. Formuleren Digitale Marketing Mix
10. Bepalen Instrumenten en Plateau Planning

Strategy Map

Bedrijf:

Merk:

Strategie:

Online ambitie/missie

Online strategische doelstellingen

-
-

Succesfactoren :

Financieel

Omzet vanuit nieuwe gebruikers genereren
middels kortingscoupons

Consument

Bereik website verhogen
door inzet div. online
technieken

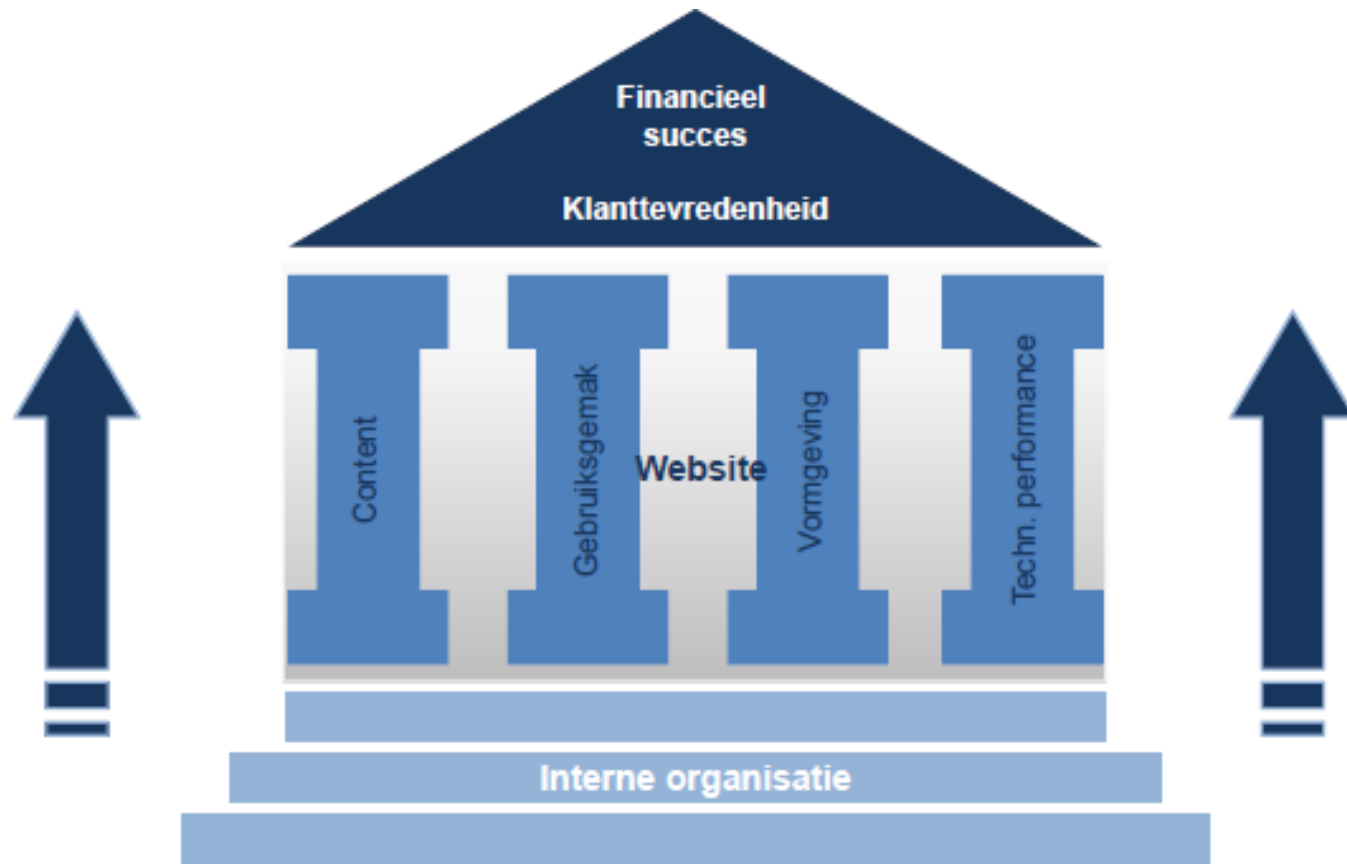
Website

Content moet beantwoorden aan de
eisen; perfect, kwalitatief, volledig en
culinair verrassend

Organisatie

Marketing is in charge en
wordt ondersteund door IT,
internetbureau

Internet Score Card



Financieel perspectief: Wat is de bijdrage van de website aan het financieel resultaat?

Bezoeker perspectief: Hoe krijgen we tevreden klanten?

Website perspectief: Hoe krijgen we een effectieve website?

Organisatie perspectief: Hoe wordt de organisatie rondom de website ingericht?

In 5 stappen naar online succes

1 Online doelstellingen opstellen

2 Nulmeting uitvoeren (usability onderzoek, benchmark, visits, conversiepercentages, etc.)

3 Traffic genereren



4 Website conversie/
Usability verbeteren



5 Continu meten en analyseren (Web analytics)